

# Семиотика социальных сетей

Гудилина С.  
доцент  
МПГУ  
2015



# Социальные медиа

- демонстрируют новые культурные модели поведения.
- транслятор культурных кодов, что позволяет провести семиотическое изучение культуры и поведения.



# Человек – текст – семиосфера

- С точки зрения семиотики культуры предметом изучения является **человек – текст – семиосфера**. Складывается система знаков поведения в соцмедиа, которые становятся **знаками** для других действий поведения в **непосредственной ситуации** или связанные с ней **внутренним состоянием**.
- Таким образом, можно выделить ключевые слова – это **формы** общения и **условия** коммуникативных ситуаций.



# Семиосфера - это семиотическое пространство равное культуре

- **Ю. М. Лотман** пишет: "Представим себе в качестве некоего единого мира, взятого в синхронном срезе, зал музея, где в разных витринах выставлены экспонаты разных эпох, надписи на известных и неизвестных языках, инструкции по дешифровке, составленные методистами пояснительные тексты к выставке, схемы маршрутов экскурсий и правила поведения посетителей, и представим все это как единый механизм. Мы получим образ семиосферы. При этом не следует упускать из виду, что все элементы семиосферы находятся не в статическом, а подвижном состоянии, постоянно меняя формулы отношения друг к другу»



# Пророческое высказывание *Маклюэна:*



- «Вначале мы формируем технологии,
- а потом они формируют нас»

# Мотивация

- Психологи заметили, что пользователи социальных сетей имеют разную мотивацию (социальное одиночество, дефицит общения, желание популярности для повышения самооценки, обсуждение профессиональных вопросов и другие).



## Необходимость в поддержке хоть в чем-то...

- «Facebook дарит нам **чувство социального признания**. Это происходит благодаря **психологическим поглаживаниям**, которые мы получаем от других. Пешеход кивает вам, когда вы пропускаете его на переходе, кто-то ставит «лайк» вашей записи – все это вещи одного порядка» (*Памела Рутедж*).



# Социальная психология

- подтверждает, что «лайки» дают нам **чувство удовлетворения** от того, что люди нашего окружения с нами согласны.

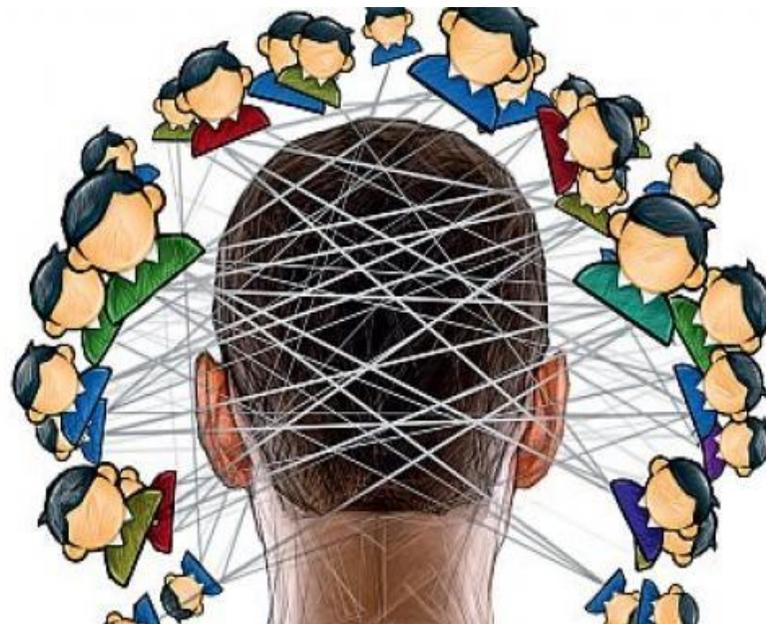
Поддержка друзей нас **расслабляет**, мы перестаем себя контролировать и становимся уязвимыми. **Критика и несогласие** начинает раздражать, действуют отрицательно.  
**Сьюзан Ньюман**



<http://maklai.turbina.ru>

# Результаты совместного исследования

- социальных психологов из Франции, Великобритании, США и Арабских Эмиратов показывают, что увлечение социальными сетями ослабляет способность к критическому мышлению (*Journal of the Royal Society Interface*, 2013, vol. 11).
- Просматривая и распространяя мнение «друзей», которых с каждым днем становится все больше и больше, человек перестает адекватно оценивать контент. Ежедневное привыкание к восприятию чужого мнения не располагает к иным высказываниям без оглядки на окружение.



# Критическое мышление

- «Хождение» по интернет ссылкам, получение огромного количества информации не позволяет сразу критически реагировать. Такая деятельность требует знаний в разных сферах.
- «Со временем это может привести к тому, что человек станет все больше доверять популярным веб-ресурсам, потребляя то, что они предлагают. Система подачи информации регулируется числом запросов, поэтому наиболее востребованным может стать все среднее, массовое – и фильмы, и литература, и журналистика» (А.Я.Каплан).



# Все нравится, все хорошо, со всем согласны...

- В результате вырабатывается удивительная черта характера - все нравится, все **хорошо**, со всем согласны.
- Освоение новых технологий, создание медиапроектов не является коммуникативным барьером. Однако, критическое отношение к интернет-ресурсам, оценка выступлений однокурсников, анализ и сопоставление для многих кажется лишним и не обязательным.



# Самопрезентация – это еще одна проблема

- Не будем затрагивать менеджмент социальных сетей. Им занимаются профессионалы...

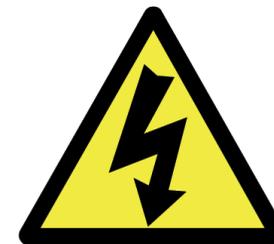


# Что же заставляет людей рассказывать о себе всему миру

- Ученые Гарвардского университета выяснили, что когда человек рассказывает о себе, у него повышается **нейронная активность** трех участков мозга, которые принято связывать с приятными ощущениями во время секса или употребления пищи.
- «Самораскрытие ведет к всплеску активности в нейронных областях мозга, связанных с **удовольствием, мотивацией и вознаграждением**. Поэтому для того, чтобы почувствовать удовлетворение, вы и рассказываете о себе» (*Адриан Уорд*).



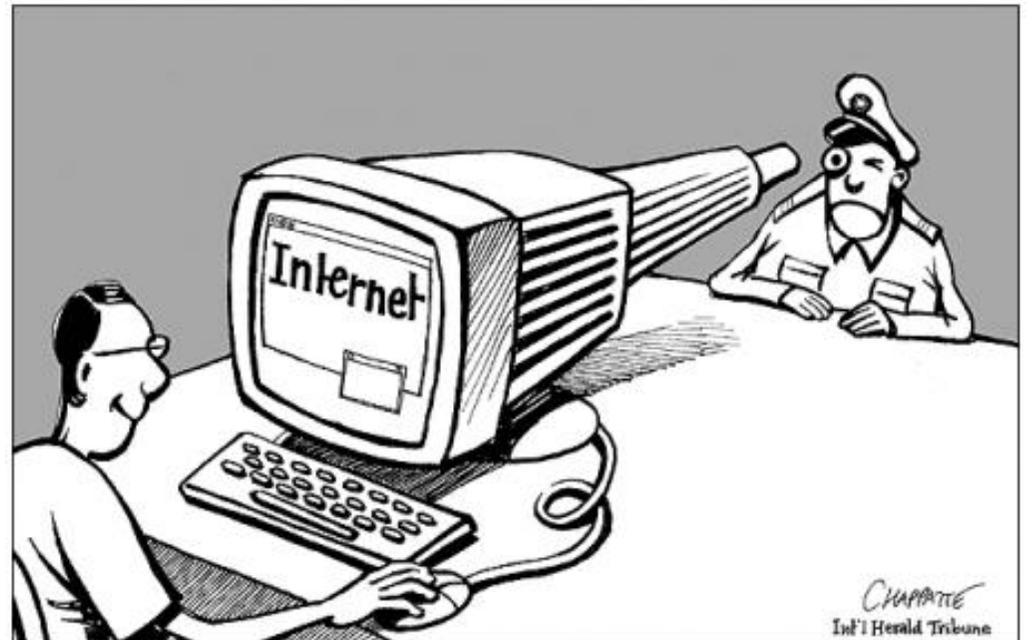
# Безопасность



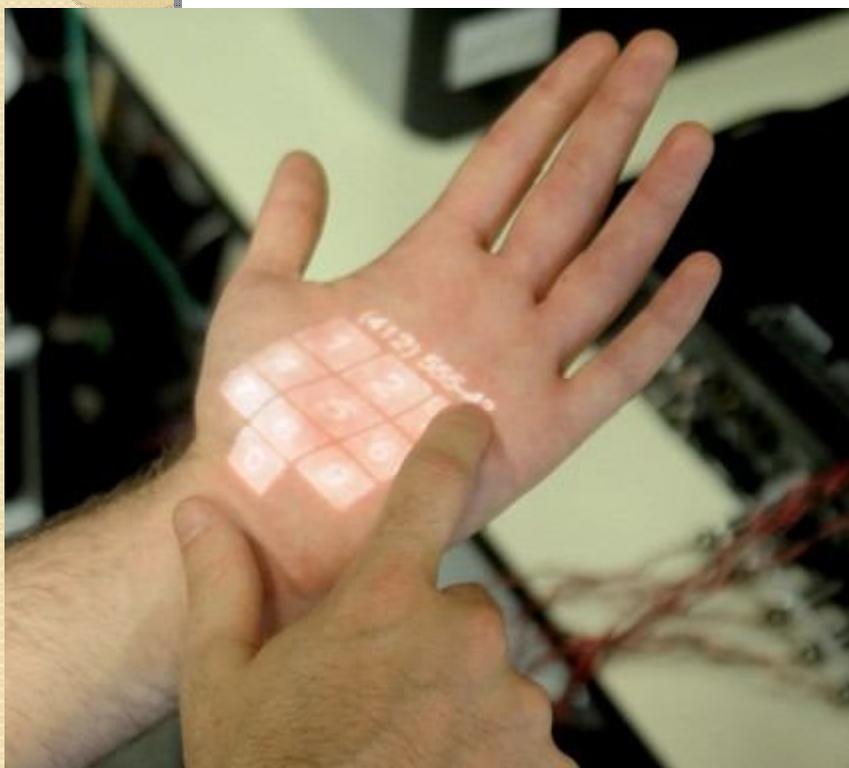
- Именно позитивная позиция заставляет выставлять всю информацию о себе, да еще и с фотографиями. При этом забывается проблема **личной безопасности**. Особенно наивно себя ведут дети и подростки.
- «Недавно был поражен данными OnGuard Online - 22% пользователей соцсетей от 16 до 24 лет вообще **не знают** людей, с которыми они «дружат». Нет никакой гарантии, что приватная информация из профилей и «стен» не попадет в неправильные руки. И помните, что киднэппинг и маньяки всего лишь вероятностная верхушка айсберга» (*Е.Касперский*).

# Можно ли удалить информацию из соцмедиа

- Дети вырастают и сожалеют о выставленных когда-то в соцсетях фотографиях, фантазиях и нестандартных размышлениях. **То, что попало в интернет останется там навсегда.** Удалить информацию гораздо труднее, чем загрузить.



# Соцмедиа перестали быть исключительным явлением,



- они перешли в разряд **ТИПОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ** со своей культурой и ценностями. Поэтому так важно разобраться в поведении и поступках подрастающего поколения и дать им такое образование, которое поможет взаимодействовать с массовой коммуникацией.

# Проблемы можно решать с помощью медиаобразования, но

- Достаточно часто под **медиаобразованием** понимают **специальную подготовку** журналистов, операторов и прочих специалистов в области медиа.
- Необходимо **медиаобразование**, которое рассказывает **о работе этих специалистов**, о работе медиа, об отношении к получаемой информации из различных источников, о тех процессах, которые помогают осмысленно воспринимать, декодировать информацию масс-медиа на основе получаемых знаний.



- Медиаобразовательные методики помогают формировать **медиа- и информационную грамотность** и компетентность

